

**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MENUJU *SOCIAL
ENTREPRENEUR* PADA PASAR PAPRINGAN DUSUN
NGADIPRONO, DESA NGADIMULYO, KECAMATAN KEDU,
TEMANGGUNG**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu
Pendidikan**

**Oleh:
AYU BETY JUNIYESNANI
A210150029**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MENUJU *SOCIAL ENTREPRENEUR*
PADA PASAR PAPRINGAN DUSUN NGADIPRONO, DESA
NGADIMULYO, KECAMATAN KEDU, TEMANGGUNG
PUBLIKASI ILMIAH**

Oleh:

Ayu Bety Juniyesnani

A210150029

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Dr. Suranto, S.Pd., M.Pd
NIDN. 0630108301

HALAMAN PENGESAHAN

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MENUJU GERAKAN *SOCIAL*
ENTREPRENEUR PADA PASAR PAPRINGAN DUSUN
NGADIPRONO, DESA NGADIMULYO, KECAMATAN KEDU,
TEMANGGUNG




Oleh:

AYU BETY JUNIYESNANI

A210150029

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Surakarta
pada hari Senin, 29 Juni 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Dr. Suranto, S.Pd, M.Pd (Ketua Dewan Penguji) 
2. Dr. Djalal Fuadi, M.M (Anggota 1 Dewan Penguji) 
3. Muhammad Fahmi Johan Syah S.Pd, M.Pd (Anggota 2 Dewan Penguji) 

Dekan,



Prof. Dr. Harun Joko Prayitno, M.Hum.

NIP. 19650428 199303 1 001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali serta tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya

Surakarta, 22 Juni 2020

Yang membuat pernyataan,



Ayu Bety Juniyesnani
A210150029

**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MENUJU *SOCIAL ENTREPRENEUR*
PADA PASAR PAPRINGAN DUSUN NGADIPRONO, DESA
NGADIMULYO, KECAMATAN KEDU, TEMANGGUNG**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan pemberdayaan masyarakat menuju *social entrepreneur* pada Pasar Papringan dusun Ngadiprono, desa Ngadimulyo, kecamatan Kedu, Temanggung. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan desain etnografi. Narasumber penelitian adalah pengelola Pasar Papringan, Koordinator, dan pedagang Pasar Papringan. Pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Keabsahan data menggunakan analisis triangulasi sumber dan triangulasi metode. Teknik analisis data menggunakan analisis data kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat yang dilakukan dusun Ngadiprono yang di dampingi oleh Lembaga Swadaya Masyarakat Spedagi Movement dan Komunitas Mata Air untuk mengembangkan kewirausahaan masyarakat dalam mencapai peningkatan dalam perekonomian. Adanya Pasar Papringan potensi masyarakat dikembangkan untuk peningkatan sumber daya masyarakat di dusun Ngadiprono. Pasar papringan menjadikan kesejahteraan dan sumber daya masyarakat meningkat. Kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui Pasar Papringan ini terencana dengan baik adanya kerjasama antara tim pengelola dan masyarakat desa. Pemberdayaan untuk mencapai tujuan bersama yaitu ekonomi kreatif dengan konservasi kebun bambu menjadi lahan Pasar Papringan. Pasar Papringan adalah *social entrepreneur* karena mempunyai tujuan untuk menyejahterakan masyarakat desa agar memiliki perkembangan perekonomian yang baik dengan mengembangkan kemampuan dan keterampilan masyarakat.

Kata kunci : Pemberdayaan Masyarakat, Social Entrepreneur, Pasar Papringan

Abstract

This research aims to describe community empowerment towards social entrepreneur in Ngadiprono sub-district, Ngadimulyo village, Kedu subdistrict, Temanggung. This type of research is qualitative with ethnographic design. The research resource is the manager of the Pasar Papringan, coordinator, and traders of Pasar Papringan. Data collection done with interviews and documentation. Legitimacy of data using analysis of the source triangulation and triangulation method. Data analysis techniques using case data analysis. The results showed that the community empowerment conducted by Ngadiprono Hamlet that was held by the Community Nongovernmental Organization Spedagi Movement and community Mata Air to develop community entrepreneurship in achieving an increase in the economy. The existence of Pasar Papringan community is developed for the improvement of Community resources in the village

Ngadiprono. The Pasar Papringan makes welfare and community resources rise. Community empowerment through the Pasar Papringan is well-planned to cooperate with the management team and village community. Empowerment to achieve a common goal is the creative economy with the conservation of Bamboo garden into the land of Pasar Papringan. Pasar Papringan is a social entrepreneur because it aims to cultivate the village community in order to have a good economic development by developing people's skills and skills.

Keywords: community empowerment, Social Entrepreneur, Pasar Papringan

1. PENDAHULUAN

Entrepreneurship atau kewirausahaan sudah sangat sering dibicarakan di berbagai forum dan media. Berbagai metode pendidikan maupun pelatihan semakin giat dalam menawarkan skill kewirausahaan untuk dapat diimplementasikan masyarakat secara luas. Disertai dengan adanya kesenjangan ekonomi dan berbagai masalah sosial, maka *social entrepreneur* sangat dibutuhkan kehadirannya untuk mengangani berbagai masalh tersebut. Berbeda dari wirausaha-wirausaha bisnis lainnya, perbedaannya terlihat pada misi mereka yang *explisit* dan *central*, hal ini tentunya mempengaruhi bagaimana *social entrepreneur* memandang serta menilai setiap kesempatan yang ada. Beberapa peneliti menyatakan bahwa misi sosial inilah yang menjadi dimensi utama dari *socio entrepreneurship*. Ditambahkan lagi oleh Dees (Mort & Weerawardena, 2003; Ratna Widiastuti & Meily Margaretha 2011) sama halnya dengan perusahaan bisnis yang mempunyai tujuan menciptakan nilai yang unggul untuk pelanggannya, tujuan utama dari *social entrepreneur* adalah menciptakan nilai sosial yang mulia untuk pelanggan mereka.

Kemampuan seorang pengusaha untuk mendapatkan sumber daya seperti modal, tenaga kerja, peralatan, dan lainnya dalam persaingan pasar adalah menunjukkan indikasi yang baik dari berjalannya suatu usaha yang produktif, sedangkan disisi lain seorang *social entrepreneur* mencari cara yang inovatif untuk memastikan bahwa usahanya akan memiliki akses terhadap sumber daya yang dibutuhkan selama mereka dapat menciptakan nilai sosial menurut Dess (Mort & Weerawardena, 2003; Ratna Widiastuti & Meily Margaretha 2011).

Kewirausahaan sosial sebagai pengusaha sosial yang di dorong untuk menciptakan nilai superior bagi masyarakat (Irma, 2015).

Secara istilah *social entrepreneur* adalah wirausaha yang bergerak tanpa motivasi profit, melainkan misi mengatasi masalah sosial yang ada. Mereka adalah orang-orang yang berupaya menciptakan perubahan positif atas persoalan yang dihadapi oleh masyarakat baik itu pendidikan, kesehatan, maupun ekonomi dengan memberdayakan potensi alam maupun masyarakat yang ada.

Pemberdayaan masyarakat adalah proses untuk memperoleh daya atau proses pemberian daya kekuatan atau kemampuan dari pihak yang memiliki daya kepada pihak yang kurang daya. Persaingan untuk mencari penghasilan pun mulai banyak, dikarenakan banyaknya masyarakat mempunyai ide untuk menghasilkan sebuah perekonomian dengan melihat sudut pandang orang lain bukan untuk menciptakan pandangan tersendiri. Menurut UU No. 6 Tahun 2014 tentang desa pasal 1 ayat 12 :

“Pemberdayaan masyarakat desa adalah upaya mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan, sikap, keterampilan, perilaku, kemampuan, kesadaran, serta memanfaatkan sumber daya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan, dan pendampingan yang sesuai dengan esensi masalah dan prioritas kebutuhan masyarakat desa”. Pemberdayaan masyarakat sebagai strategi dalam pembangunan dalam berbagai pemikiran . pemberdayaan masyarakat banyak di bicarakan karena berhubungan dengan kemajuan dan perubahan bangsa dan juga berhubungan dengan kemampuan masyarakat yang masih terhambat dalam pertumbuhan ekonomi” (Munawar, 2011).

Social Entrepreneur bertujuan untuk menciptakan dampak perubahan pada penciptaan nilai sosial ekonomi, pekerjaan, inovasi, modal sosial, dan promosi ekuitas (Jain, 2012; R.Saragih, 2017). Menurut Hulgard (2010) definisi *social entrepreneurship* secara komprehensif yaitu sebagai penciptaan nilai sosial yang dibentuk dengan cara bekerja sama dengan orang lain atau organisasi masyarakat yang terlibat dalam suatu inovasi sosial yang biasanya menyiratkan suatu kegiatan ekonomi. Pemberdayaan mengacu pada kata “*empowerment*” yang berarti memberikan daya, memberi power (kekuasaan), kekayaan kepada seseorang. di di universitas. Sementara itu, dampak yang

dirasakan di lapangan budaya adalah meningkatkan kesadaran masyarakat untuk melindungi dan melestarikan budaya dan sejarah lokal warisan (Suranto, 2020).

Setiap wilayah mempunyai potensi alam yang berbeda tergantung pada kondisi geografis untuk meningkatkan kesejahteraan dan untuk perubahan sosial pada tatanan suatu masyarakat. Hal ini diperlukan upaya untuk menggali potensi yang ada pada masyarakat sehingga menjadi investasi yang dapat memberikan manfaat bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. *Sociopreneur* yang dilakukan oleh warga desa yaitu adanya pemberdayaan masyarakat desa diharapkan dapat dilakukan melalui kelompok-kelompok usaha di desa yang dikoordinir oleh organisasi atau perorangan. Hal ini di alami masyarakat di Dusun Ngadiprono, Ngadimulyo, Kedu, Temanggung, Jawa Tengah.

Kondisi sosial masyarakat ini masih rendah karena kualitas Sumber Daya Manusia yang minim akan sadarnya pentingnya pendidikan berpengaruh terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat. Rata-rata mata pencaharian sebagai petani. Pasar Papringan adalah kegiatan yang dilakukan guna merubah perekonomian masyarakat dusun Ngadiprono dengan menjadikan dusun yang mandiri, lestari, sejahtera, berbudaya dan memiliki tingkat sosial yang baik. Pasar Papringan berhasil meningkatkan perekonomian desa. Kebun bambu lokal yang sebelumnya memiliki nilai ekonomi yang rendah ditransformasikan menjadi tujuan wisata dengan potensi ekonomi yang lebih baik bagi masyarakat. Pemilik mendapatkan manfaat ekonomi dengan menyewakan untuk pengelola, sementara pengelola dan pedagang mendapat manfaat dari kegiatan jual beli. Masyarakat setempat bertindak sebagai aktor dengan menyewa ruang untuk taman, pembimbingan kelompok wisata, melayani sebagai pengemudi ojek, melayani sebagai staf kebersihan dan staf administrasi, menyediakan fasilitas seperti toilet dan penginapan dan memberikan fasilitas dan layanan (Suranto, 2019).

Pasar Papringan ini membantu untuk ibu rumah tangga yang akan membantu suaminya mencari perekonomian agar kehidupannya dapat terpenuhi. Kegiatan usaha pekerjaan yang dilakukan ibu-ibu rumah tangga ini menghasilkan pendapatan baru yang mampu mengentaskan mereka dari kemiskinan (Winarto,

2008). Konsep dari Pasar Papringan sangat menarik tidak hanya pada sisi ekonomi namun juga dari sosial masyarakat. Kemakmuran masyarakat meningkat lebih baik yang tadinya hanya bisa mencukupi kebutuhan pokok saja namun adanya Pasar Papringan ini masyarakat sedikit sedikit dapat menabung. Keunikan dari Papringan ini yaitu wisata yang dibuat untuk revitalisasi desa bagi masyarakat dusun Ngadiprono dan sekitarnya.

Penelitian yang dilakukan di dusun Ngadiprono tentang pemberdayaan masyarakat, adanya Pasar Papringan ini menciptakan masyarakat yang memiliki peluang usaha untuk menambah perekonomian tanpa meninggalkan pekerjaan utama masyarakatnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemberdayaan masyarakat menuju *social entrepreneur* di Pasar Papringan. Kegiatan apa saja yang dilakukan masyarakat untuk mencapai tujuan masyarakat *social entrepreneur*. Manfaat dari penelitian ini untuk menjadikan referensi bagi mahasiswa tentang pemberdayaan masyarakat dan *social entrepreneur*, sebagai bahan referensi dan bahan evaluasi dalam pengelolaan Pasar Papringan, dan juga untuk menambah wawasan bagi pembaca penelitian ini.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan desain etnografi. Data merupakan serangkaian informasi berupa wawancara. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2019 di Pasar Papringan Dusun Ngadiprono, Desa Ngadimulyo, Kecamatan Kedu, Kabupaten Temanggung. Pasar Papringan adalah salah satu program dari Lembaga Swadaya Masyarakat *Spedagi Movement* dan Komunitas *Mata Air* untuk menjadikan dusun Ngadiprono desa mandiri, lestari, sejahtera, berbudaya dan memiliki tingkat sosial yang baik dengan Pasar Papringan dusun Ngadiprono berproses menjadi revitalisasi desa.

Narasumber dalam penelitian adalah pengelola pasar papringan, koordinator dan pedagang di Pasar Papringan. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan kepada pengelola Pasar Papringan sendiri yang bertempat tinggal di dusun Ngadiprono tersebut, koordinator pasar papringan yang mempunyai tugas untuk mengkoordinasi pada

masyarakat yang ikut serta dalam kegiatan pasar papringan, dan pedagang yang berjualan di pasar papringan. Observasi dilakukan untuk mengetahui pemberdayaan masyarakat yang dilakukan masyarakat dusun Ngadiprono menuju *social entrepreneur*.

Kehadiran peneliti dalam penelitian ini yaitu sebagai perencanaan, pengumpulan data, menganalisis data, serta pelaporan hasil penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk memperoleh data. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis data kasus.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dusun Ngadiprono, Desa Ngadimulyo adalah desa yang berada agak jauh dari kota sehingga perekonomian masyarakat tidak stabil. Masyarakat Dusun Ngadiprono sebanyak 474 orang, laki-laki sejumlah 245 orang dan perempuan sebanyak 229 orang. Pekerjaan masyarakat mayoritas petani dan pekerja bangunan. Desa yang sejatinya masih asri dan segar tidak di pergunakan oleh warga. Dengan adanya Komunitas Mata Air dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) *spedagi movement* mengajak masyarakat desa untuk merevitalisasi desa agar menjadi aset bagi masyarakat untuk menambah perekonomian masyarakat dengan membuat program kegiatan Pasar Papringan untuk melestarikan kebun bambu menjadi bermanfaat. Selain melestarikan kebun bambu, Pasar Papringan berguna untuk melestarikan kearifan lokal dan mengubah perekonomian masyarakat di dusun Ngadiprono.

Pasar Papringan artinya pasar yang berada di kebun bambu. Langkah pertama dalam pembentukan Pasar apringan ini yaitu melalui peninjauan lokasi kebun bambu masyarakat dan tim penggerak untuk memastikan bahwa kebun bambu cukup untuk tempat Pasar Papringan. Langkah selanjutnya pemetaan lokasi yang akan digunakan untuk Pasar Papringan. Dengan menggunakan kebun warga yang dianggap cukup untuk berdirinya Pasar Papringan. Kerja bakti dilakukan guna membersihkan kebun dari yang kumuh menjadi kebun yang siap untuk Pasar Papringan. Pelatihan-pelatihan diajarkan kepada masyarakat untuk

masyarakat agar dapat merawat kebun bambu. Karena jalan di kebun bambu masih lumpur maka masyarakat dan penggerak membuat jalan dengan batu agar air hujan tetap terserap di tanah. Penyusunan area Pasar Papringan dilakukan untuk mempermudah pengunjung. Potensi masyarakat digali oleh penggerak dengan pendampingan agar potensi menjadi lebih ahli di bidangnya. Pola pikir masyarakat setelah adanya Pasar Papringan menjadi berubah untuk menjadi lebih maju dan lebih erat persaudaraan dengan tetangga karena saling gotong royong untuk melestarikan desa.

Kegiatan Pasar Papringan termasuk *social entrepreneur* yang bertujuan untuk menyejahterakan masyarakat desa agar memiliki perkembangan perekonomian yang baik dengan mengembangkan kemampuan dan ketrampilan masyarakat sebagai pengelola dan pelaku di Pasar Papringan. Pasar Papringan dikelola secara bersama-sama oleh masyarakat dan hasilnya juga dinikmati bersama-sama oleh seluruh lapisan masyarakat yang ada di desa tersebut.

Pada prinsipnya, *Social Entrepreneur* perlu berinteraksi dengan struktur sosial dalam rangka meningkatkan nilai sosial namun di sisi lain melakukan aktivitas ekonomi (Atu Bagus Wiguna, 2013). Menurut Hulgard (2010) *social entrepreneurship* memiliki 4 kriteria antara lain nilai sosial (*social value*), lingkungan masyarakat (*civil society*), inovasi (*innovation*) dan kegiatan ekonomi (*ekonomi activity*). Kriteria pada Pasar Papringan dari nilai sosial, masyarakat desa Ngadiprono memiliki nilai sosial yang cukup baik karena masyarakatnya rukun dan bergotong royong bersama untuk memajukan desa. Dari hal terkecil masyarakat setiap dua minggu sekali diadakan rapat *briefing* (pengarahan) dan rapat evaluasi setelah pagelaran Pasar Papringan selesai. Sebelum adanya rapat-rapat tersebut masyarakat dan pengelola membuat susunan pengurus agar program yang di jalankan berjalan dengan baik. Kepengurusan sendiri semua di tangan masyarakat desa, tim pengelola dan *volunteer* hanya mengarahkan dan memberikan bimbingan jika masyarakat membutuhkan solusi dari para pengelola dan *volunteer*, yang berperan langsung pada kegiatan Pasar Papringan ini dari remaja hingga orangtua yang mencakup lebih dari 90% masyarakat desa Ngadiprono terlibat dalam kegiatan di Pasar Papringan ini.

Kriteria lingkungan masyarakat di desa Ngadiprono ini cukup baik karena menurut masyarakat lingkungan desa tidak pernah terjadi kegaduhan yang merugikan masyarakat desa Ngadiprono. Kriminalitas yang ada di desa Ngadiprono sendiri telah menurun dan tidak ada lagi tindakan pencurian, pembunuhan hingga pelecehan seksual karena masyarakat memiliki sifat yang sopan dan saling menghargai antara masyarakat. Dalam bidang kebersihan masyarakat sedang membenahi perilaku masyarakat yang mencemari lingkungan seperti membuang sampah di kebun, setelah melalui proses sosialisasi dan bimbingan yang dilakukan oleh pihak pengelola Pasar Papringan, sekarang masyarakat membuang sampah di tempat pembuangan sampah atau sampah yang dapat di daur ulang untuk menjadi barang yang memiliki manfaat agar lingkungan terjaga dan kesehatan masyarakat lebih penting.

Kegiatan di Pasar Papringan memerlukan pendampingan pengelolaan. Kekuatan pemuda desa harus digerakkan dalam kegiatan sosial kemasyarakatan. Seperti halnya hasil penelitian dari Eta Yani Lestari, Slamet Sumarto, Tutik Wijayanti (2019) menyatakan bahwa kegiatan pendampingan dibutuhkan untuk meningkatkan kesejahteraan tingkat desa, pendampingan pada komunitas di desa dapat mengurangi pengangguran dengan meningkatkan keterampilan untuk menciptakan peluang usaha. Sehingga desa memiliki kemandirian ekonomi, dan pemuda dan masyarakat tidak perlu meninggalkan ke desa ke kota untuk mencari pekerjaan.

Program pada Pasar Papringan ini dibentuk dengan konsep *social entrepreneur* karena dalam kegiatan ini masyarakat ikut serta dalam menciptakan usaha yang dijalankan bersama-sama. Keuntungan yang diperoleh dalam kegiatan Pasar Papringan, diberikan kepada semua masyarakat yang ikut serta dalam kegiatan tersebut. Pemanfaatan lahan yang tidak terurus menjadi lahan yang bermanfaat bagi masyarakat menjadikan suatu wadah bagi masyarakat untuk menciptakan *social entrepreneur*. Kebun bambu yang tadinya sebagai tempat pembuangan sampah sekarang menjadi tempat wisata bagi pengunjung yang memiliki kelestarian kebun bambu dan melestarikan kearifan lokal. Dengan adanya Pasar Papringan ini masyarakat dapat berwirausaha atas potensi-potensi

yang yang dimiliki masyarakat untuk mengembangkan sumber daya masyarakat sendiri. Pasar Papringan ini mendorong masyarakat untuk memajukan perekonomian mereka menjadi lebih baik.

Kriteria inovasi yang dilakukan di Pasar Papringan memunculkan sebuah ide atau gagasan yang belum pernah ada sebelumnya serta disambut baik oleh warga desa Ngadiprono, dan meniru gagasan Pasar Papringan ini cukup sulit dan banyak terdapat perbedaan pasar ini dengan pasar lain. Pasar Papringan yang membuat simbolik yang unik ini selain pasar yang berada di kebun bambu, alat pembelian tidak uang melainkan keping *pring* (bambu) yang di tukar di tempat penukaran agar pengunjung dapat membeli dagangan yang di perjualkan. Selain itu, yang diperjualkan di Pasar Papringan bukan makanan-makanan modern namun yang di perjualkan yaitu makanan tradisional daerah setempat, untuk kerajinan yang di jual merupakan berbahan bambu dari alat dapur hingga permainan-permainan anak-anak yang masih tradisional dari bambu. Hari pagelaran untuk Pasar Papringan pun tidak setiap hari tetapi memakai hari jawa yaitu minggu wage dan minggu pon. Oleh karena itu, Pasar Papringan ini berbeda dengan Pasar Papringan yang lain.

Inovasi-inovasi terus dikembangkan di Pasar Papringan, baik dari pelayanan maupun dari fasilitas yang diberikan kepada pengunjung Pasar Papringan. Fasilitas bagi para pengunjung, meliputi akses jalan yang layak, ruang bermain anak, tempat bebas rokok, ruang menyusui, dan toilet para pedagang. Fasilitas bagi pengunjung terus dilengkapi, demi kenyamanan dan juga sebagai daya tarik pengunjung untuk selalu mengunjungi Pasar Papringan. Fasilitas dan inovasi yang baru mulai dikembangkan untuk mendukung Pasar Papringan yaitu pendirian *home stay* yang berkonsep pada alam. Hal ini diharapkan bagi pengunjung dari luar daerah, dapat menginap dan menikmati keindahan alam dusun Ngadiprono, desa Ngadimulyo. Kriteria kegiatan ekonomi, kegiatan ekonomi yang dilakukan di Pasar Papringan adalah masyarakat memproduksi makanan dan kerajinan yang dari bambu lalu di jual di Pasar Papringan yang nantinya makanan dan kerajinan dapat menjadikan oleh-oleh atau cinderamata bagi pengunjung. Hasil dari penjualan masuk ke keuntungan masyarakat.

Menurut peneliti sebelumnya Nur Firdaus (2014) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengentasan Kemiskinan Melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial” menyatakan bahwa kewirausahaan sosial merupakan gagasan perubahan sosial yang dilandasi pada pendekatan kewirausahaan. Penelitian ini menggambarkan peran kewirausahaan sosial dalam membangun ekonomi masyarakat yang berimplikasi pada pengurangan kemiskinan dengan berfokus pada *social business*. Sehubungan dengan penelitian yang di sampaikan oleh Nur Firdaus (2014), seperti halnya Pasar Papringan ini bertujuan agar masyarakat memiliki peningkatan ekonomi yang lebih baik dan memiliki sumber daya manusia yang maju.

4. PENUTUP

Pasar papringan adalah bentuk kegiatan yang diciptakan untuk pemberdayaan masyarakat pada masyarakat dusun Ngadiprono sebagai proses revitalisasi desa yang memanfaatkan kebun bambu menjadi tempat wisata yang melestarikan kearifan lokal, serta menciptakan peluang usaha untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dusun Ngadiprono. Dengan Pasar Papringan ini masyarakat memiliki pemikiran maju, memiliki kehidupan yang sejahtera dan meningkatnya sumber daya masyarakat.

Pasar Papringan telah memenuhi 4 kriteria untuk dapat menjadi kegiatan *social entrepreneurship* yaitu antara lain nilai sosial (*social value*) nilai sosial pada dusun Ngadiprono yaitu saling menghargai satu sama lain, masyarakatnya ramah dan gampang berbaur sehingga pengunjung memiliki kenyamanan saat berada di dusun Ngadiprono, lingkungan masyarakat (*civil society*) pada dusun Ngadiprono mengerjakan hal yang berhubungan dengan apapun seperti kegiatan Pasar Papringan ini mereka saling gotong royong dan bekerja sama untuk memajukan visi-misi bersama. Inovasi (*innovation*) yang di lakukan Pasar Papringan yaitu inovasi adanya *homestay* yang berada di dusun Ngadiprono untuk pelengkap pengunjung yang akan menginap di dusun Ngadiprono dan kegiatan ekonomi (*economy activity*) kegiatan dari produksi makanan dan kerajinan yang di perjualkan hingga barang dibeli oleh pengunjung yang dapat dikategorikan dalam

social entrepreneur karena kegiatan ini dilakukan bersama-sama dan bertujuan untuk kemakmuran bersama.

Masyarakat dusun Ngadiprono dibantu pendampingan oleh Lembaga Swadaya Masyarakat *Spedagi Movement* dan Komunitas Mata Air sehingga kegiatan berjalan dengan baik dari perencanaan hingga pengevaluasian kegiatan Pasar Papringan. Tim pendamping juga membantu dalam pelatihan masyarakat sebagai penambahan pengetahuan masyarakat. Masalah sosial masyarakat yang di hadapi dapat dipecahkan melalui *Social Entrepreneur*. *Social Entrepreneur* bertujuan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi dengan melestarikan budaya dan lingkungan. Masyarakat melakukan koordinasi satu sama lain agar mengetahui permasalahan dan meningkatkan komunikasi untuk tujuan bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- B. Prawirasworo, T. Yuniningsih, dan Maesaroh. 2013. Strategi Pemberdayaan Masyarakat Di Kelurahan Mangunharjo Melalui Program Pnpm Mandiri. *Journal of Public Police*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Bagus, Atu Wiguna. 2013. *Social Entrepreneurship dan socio-Entrepreneurship: Tinjauan dengan Perspektif Ekonomi dan Sosial*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. Malang: Universitas Brawijaya. Vol 1 (1)
- Dees, J. G., & Anderson, B. B. 2003. For-profit social ventures. *International Journal of Entrepreneurship Education*, vol 2 (1) hal 1-26.
- Firdaus, Nur. 2014. Pengentasan Kemiskinan Melalui Pendekatan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Pusat Penelitian Ekonomi*. Vol 22 (1) halaman 55-67
- Harsono. 2011. *Etnografi Pendidikan Sebagai desain Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Gumpang Agung III.
- Hendrasmo. 2019. *Social Entrepreneur Makanan Ringan Berbahan Baku Hasil Bumi Lokal*. Surabaya: Universitas Ciputra.
- Hulgard, L. 2010. Discourses of social entrepreneurship: Variations of the same theme. *European Research Network*. EMES Working Paper. Vol 1.
- Lestari, E, Sumarto, S., & Wijayanti, T. 2019. Pendampingan pada Masyarakat dalam Pengembangan Mata Pencaharian melalui Pemberdayaan Komunitas Pemuda Desa di Desa Lau Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus. *Jurnal PANJAR: Pengabdian Bidang Pembelajaran*, Vol 1(2), hal. 122- 126

- Noor, Munawar. 2011. Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah CIVIS*. Vol 1 (2)
- Paramitha Sofia, Irma. 2015. *Konstruksi Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) sebagai Gagasan Inovasi Sosial bagi Pembangunan Perekonomian*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Saragih, R. 2017. Membangun Usaha Kreatif, Inovatif, dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Kewirausahaan*. Medan: Universitas Methodist Indonesia. ISSN: 2301-6264
- Suranto, Soetjipto, B. E., Wahyono, H., Haryono, A., & Rodzalan, S. A. 2019. Community Based Tourism: Revitalization Of Villages Through Bamboo Plantation Conservation. *Hummanities & Social Sciences Reviews*. Volume 7(2), Pp 331 – 339.
- Suranto, Aprita Dwi Jayanti, Lia Setyawati, Surya Jatmika. 2020. A Study on the Impact of Cultural Tourism on Indonesian Society. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. Volume 11 (5) Pp 11.
- Undang-undang Republik Indonesia Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa. Lembaran RI tahun 2014 No. 4. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Widiastuti, R, dan Meily Margaretha. 2011. *Socio Entrepreneurship: Tinjauan Teori dan Perannya bagi Masyarakat*. Jurnal Manajemen. Bandung: Universitas Kristen Maranatha. ISSN 1411-9293
- Yaumidin, Umi Karomah. 2013. Kewirausahaan Sosial dan Tanggung jawab Perusahaan: Tantangan Sinergi Multi-sektor dan Multi-dimensi. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Pusat Penelitian Ekonomi*. ISSN. 2503 – 0272